

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» дополнительной профессиональной образовательной программы профессиональной переподготовки «Государственное и муниципальное управление».

Цели изучения дисциплины: Цель изучения дисциплины – ознакомление слушателей с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления; формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления; углубление знаний в области профессиональной деятельности государственного и муниципального служащего: обеспечения эффективного управления организацией в сфере связей с общественностью; формирование знаний в области теоретических основ связей с общественностью, получение методологических умений и практических навыков в технологиях управления в связях с общественностью, ознакомление с современными тенденциями управления связями с общественностью.

Слушатель должен знать:

- содержание курса и иметь достаточно полное представление о связях с общественностью в системе органов государственной власти;
- базовый понятийный аппарат;
- систему органов власти;
- содержание и динамику информационных процессов, происходящих в обществе и основы государственной информационной политики.

Слушатель должен уметь:

- составлять положение о работе PR – службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях;
- работать с законами и другими правовыми актами, а также с уставами и программами политических партий;
- проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом государственного управления;
- применять на практике профессиональные стандарты и этические нормы во взаимоотношениях со СМИ.

Слушатель должен владеть:

- специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях;
- современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;
- методами анализа общественных процессов;
- навыками публичной и научной речи;

Содержание. Объект и предмет учебной дисциплины. Основные подходы к пониманию сущности. Ранние исторические формы коммуникации. Зарождение политического, государственного и коммерческого. Становление российского рынка PR – услуг в России

Понятия общественности и аудитории, группы интересов. Активная общественность. Виды общественности в зависимости от характера коммуникационного поведения. Внутренняя и внешняя общественность. Типология групп общественности. Определение коммуникации. Источники коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации. Механизм воздействия коммуникационного потока на поведение целевых групп. Партнерство с общественными организациями Ресурсы и статус PR-служб. Ресурсы и статус PR-служб. Работа общественных приемных. Организационная структура пресс-служб в органах власти. Задачи и функции пресс-служб. Роль пресс-секретаря в организации связи с общественностью. Правила поведения и общения с представителями

СМИ. Служба спичрайтеров. Работа информационно - аналитического PR- отдела, PR – управления. Планирование и организация PR-кампаний. Методы и технологий PR. Реализация PR-кампаний. Анализ и экспертиза эффективности PR-мероприятий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина входит в обязательную часть. Имеет индекс О. 5.

Трудоемкость дисциплины: составляет 1 ЗЕТ, 36 академических часов. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего): 20 часов, из них 10 часов лекции, 10 часов практические занятия. Самостоятельная работа обучающихся (всего): 16 часов.

Формы итогового контроля знаний и уровня приобретенных компетенций: зачет.

Требования к результатам освоения. Дисциплина участвует в формировании компетенций ОПК-7, ПК-9.

Предусмотрены следующие виды учебных занятий: лекции, семинарские занятия, контрольные работы, самостоятельная работа слушателя в аудитории и внеаудиторная самостоятельная работа. Использование вычислительной и видеотехники.

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью: учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> .

2. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник / А. А. Марков. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 190 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006212-9. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010808> .

3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / В. М. Маслова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. - 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379> .

4. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров.- 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 343 с.- (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013075-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1059463> .

б) дополнительная учебная литература

1. Кузьменкова М.А. Связи с общественностью. Гражданский диалог [Электронный ресурс]: учебное пособие/ М.: МГУ2010Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13158>.

2. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ М.: Аспект Пресс 2012 Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8972>.

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Электрон. дан. —334 с. М.: Дашков и К, 2014 http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56211

4. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие М.: Дашков и К 2014 <http://www.iprbookshop.ru/24804.html>

5. Дорский А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью. — М.: Издательство СПбГУ. -2019. -216 с.

6. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. -2018. -198 с.

7. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник М.: ЮНИТИ-ДАНА.-2015 <http://www.iprbookshop.ru/15475>.
8. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. -2018. -288 с.
9. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник. М.: ИНФРА-М, -2014
10. Мишон Е. В. Связи с общественностью в органах власти. Учебное пособие. — М.: КноРус. -2020. -176 с.
11. Синяева И. М., Романенкова О. Н., Жильцов Д. А. Реклама и связи с общественностью. Учебник. — М.: Юрайт. -2017. -552 с.
12. Фролов С. С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. — М.: Едиториал УРСС. -2020. -368 с.
13. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг. — М.: Либроком. -2020. -368 с.
14. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / М.: ИНФРА-М, - 2015.- 320 с.
15. 4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учебник М.: "Дело" РАНХиГС. – 2014. -256 с.
16. Шунина Ю. Связи с общественностью для людей без связей. — М.: Юрайт. 2020. 208 с.